



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah mengetahui mie kangkung ternyata merupakan salah satu bentuk kuliner Indonesia yang sudah ada sejak jaman Belanda, makanan ini merupakan hasil persilangan antara budaya Tionghoa dan Betawi. Hingga saat ini mie kangkung sering disajikan pada acara besar pada acara – acara adat Betawi dan saat ini mie kangkung juga menjadi salah satu makanan Jakarta yang sulit ditemui karena keberadaannya mulai hilang dan juga tergerus budaya luar dan makanan-makanan jaman sekarang yang memiliki pemasaran dan *branding* yang juga lebih baik. Terdapat salah satu restoran di Jakarta yang masih menjual mie kangkung yaitu Mie Kangkung Jimmy. Mie Kangkung Jimmy sudah menjual mie kangkung sejak 2008, pada saat itu mereka menjual berbagai macam menu dan belum menggunakan nama tersebut dan menggunakan nama Mie Jimmy. Pada tahun 2019, karena adanya perubahan pengelola, mereka juga memutuskan untuk memfokuskan bisnis dan juga menu yang mereka jual menjadi mie kangkung, karena mie kangkung merupakan menu utama yang memiliki peminat paling banyak. Setelah itu restoran tersebut lebih banyak dikenal dengan Mie Kangkung Jimmy. Namun dikarenakan logo dan identitas utama yaitu logo mereka yang masih menggunakan Mie Jimmy, banyak orang yang seringkali merupakan pelanggan baru mengalami keraguan, karena adanya perbedaan nama.

Maka dari itu, diperlukannya perubahan pada identitas visual restoran dari Mie Jimmy, menjadi Mie Kangkung Jimmy. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap jenis makanan mie kangkung, dan juga perusahaan bahwa mereka menjual makanan mie kangkung yang merupakan salah satu makanan yang sudah jarang ditemui. Hal ini juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan restoran sejenis lainnya disekitarnya. Dan dengan adanya perancangan ulang identitas visual yang baik, nantinya akan memberikan *image* yang tepat dan memperkenalkan pada masyarakat luas.

Perancangan *branding* dari Mie Kangkung Jimmy ini ditujukan untuk memberikan informasi bahwa restoran ini menjual kuliner yaitu mie kangkung untuk mengurangi dan menghindari kekeliruan persepsi masyarakat terhadap restoran ini. Selain itu, untuk meningkatkan profesionalitas dan konsistensi restoran terhadap penggunaan identitasnya perancang juga membuat media formal, seperti *Stationary* yang dapat digunakan Mie Kangkung Jimmy saat membutuhkan keperluan formal seperti pengiriman surat, dan pengenalan tentang restoran. Terakhir, dibuat juga *Graphic Standard Manual* yang dibuat sebaik mungkin dengan tujuan untuk mempermudah pihak desainer Mie Kangkung Jimmy, untuk membuat materi terkait identitas visual dan media lainnya. Sehingga dengan adanya perancangan ulang identitas visual Mie Kangkung Jimmy ini diharapkan dapat memberikan wajah yang baru serta memperbaiki masalah sebelumnya yaitu sering terjadi nya mis persepsi terhadap perusahaan dan lebih dikenal lagi sebagai Mie Kangkung Jimmy dan bukan Mie Jimmy.

5.2 Saran

Dalam merancang sebuah identitas visual banyak hal yang perlu dipertimbangkan dan memerlukan banyak pencarian informasi hal ini bertujuan untuk mendapatkan *insight* terkait perusahaan tersebut, dan harapannya perusahaan anti nya akan mendapatkan identitas yang tepat dan sesuai dengan target dan juga *image* yang akan dibangun. Melakukan wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha penting untuk mendapatkan informasi yang mendalam terkait perusahaan serta apa yang diharapkan oleh *client* namun selain itu berdiskusi dengan konsumen juga perlu, karena yang akan menerima identitas selain perusahaan tersebut adalah konsumen atau masyarakat. Oleh karena itu, berdiskusi dan mendapatkan *insight* yang berasal dari konsumen juga hal yang diperlukan pada saat merancang sebuah identitas visual.

Saat melakukan *targeting* sebuah perusahaan yang bergerak dibidang 'umum' seperti restoran, klinik, dsb buatlah target usia, da jenis kelamin dari target

lebih umum. Kemudian diperlukan juga banyak mencari referensi serta eksplorasi, selain dapat menambah ide-ide baru hal tersebut juga membantu kita untuk menghindari adanya kesamaan sehingga identitas yang dibuat nantinya diharapkan tidak sama atau tidak pasaran. Cobalah untuk membuat beragam bentuk sketsa, jangan takut untuk menuangkan setiap gambaran ide yang muncul. Dalam pembuatan identitas seorang desainer juga perlu mempertimbangan tujuan dibuat atau diubah nya sebuah identitas, buatlah sebuah identitas atau perubahan identitas sesuai dengan masalah yang ada atau tujuan yang dimaksud.

Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian dalam bidang *branding* ini, dapat menjadi hal yang berguna untuk Mie Kangkung Jimmy dan juga desainer serta peneliti lain yang akan melakukan perancangan dengan topik serupa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bentuk pembelajaran bafgu pada peneliti lainnya yang ingin melanjutkan atau mempelajarinya.

